

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis fenomena yang terjadi di Starbucks East Coast Center Surabaya dengan mengambil judul Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks East Coast Center Surabaya. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Starbucks East Coast Center Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Starbucks *East Coast Center* Surabaya yang berjumlah 125 orang pelanggan yang telah datang ke Starbucks *East Coast Center* Surabaya sebanyak 10 kali yang disebutkan oleh manajemen kafe sebagai pelanggan setia, data tersebut yang diambil dari bagian kasir Starbucks *East Coast Center* Surabaya. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 96 responden. Data primer diambil dari kuesioner yang diberikan kepada responden yang berjumlah 96 orang yang hasilnya berupa skor jawaban responden. Skor jawaban responden tersebut kemudian di input ke program SPSS dengan menggunakan analisa regresi linier berganda.

Hasil uji hipotesis dan pembahasan menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: harga, produk, lokasi, promosi dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This research analyzed the phenomena at Starbucks East Coast Center Surabaya with a title The effect of Price, Product, Location and Promotion on Customers' Satisfaction at Starbucks East Coast Center Surabaya. The research object was Starbucks East Coast Center Surabaya.

The population of this research used 125 customers who had come to Starbucks East Coast Center Surabaya 10 times. They were considered as loyal customers as mentioned by Cafe manager. The data was taken from cashier of Starbucks East Coast Center Surabaya. Meanwhile, the sample were 96 respondents. The primary data taken through questionnaire to 96 respondents in the form of score answer. Furthermore , theirs were inputted into SPSS program conducted by multiple linear regressions analysis.

The result of hypothesis showed that the price gave effect on the customers' satisfaction, the product gave effect on the customers' satisfaction the location gave effect on the customers' satisfaction, and the promotion gave effect on the customers' satisfaction.

Keywords: *Price, product, location, promotion and customers' satisfaction.*

